

La estrategia comunicativa de los acuerdos parlamentarios en España:

Análisis y transferencia mediática del discurso político en los acuerdos
de investidura tras las Elecciones Generales de 2015 y 2016

Alumno: Edgar Bort Sura
Tutor: Pablo López Rabadán

PE0932 Trabajo Final de Grado
Línea A: Iniciación a la investigación
Grado en periodismo 2016/2017

RESUMEN

En la actualidad, los acuerdos parlamentarios se han establecido como eje central de la esfera política española. El cambio de un sistema bipartidista a uno multipartidista ha provocado gobiernos débiles en parlamentos fragmentados y una necesidad creciente de negociación y de llegar a acuerdos entre diferentes formaciones políticas.

El objetivo de este trabajo es examinar la estrategia comunicativa de los partidos políticos mediante la cual imponen sus interpretaciones de los hechos políticos que van aconteciendo y evaluar el grado de transferencia que se produce de los discursos políticos a los discursos mediáticos.

Tras analizar cualitativamente los argumentos aportados, los relatos generados y los encuadres utilizados por los portavoces de los partidos políticos y por los tertulianos de cinco tertulias televisivas, los resultados indican un uso de todas estas técnicas por parte de las formaciones políticas; una diferenciación entre las técnicas compartidas por los firmantes de los acuerdos y aquellas que son más identitarias; una enorme transferencia del discurso político al mediático y un volumen inasumible de encuadres generados por la esfera pública para influir en la esfera mediática.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación política; Discurso político; Transferencia mediática; Argumentación; Relato; Encuadre.

ABSTRACT

The current Spanish political landscape set for new area where the parliamentary agreements become the milestone to form a government. The switch from a two big blocs system to a multiparty system has led into a weak governments in fragmented parliaments. Within in this new political landscape, political parties are needed to increase negotiations and reaching agreements with different political parties.

The purpose of this study is to examine the communicative strategy that political parties produced. Communicative Strategies that are capable to push party particular interpretation of the political developments that are taking place. Furthermore this paper, measures the degree of transfer on media speeches throw the opinions expressed in the television chat shows.

This paper analyses the in a qualitative manner the arguments, the stories and the frames generated, by the spokesperson of the political parties and by the journalists of five televised gatherings. The results indicates that all of these techniques were used by the political parties; a differentiation between the techniques shared by the signatories of the agreements and those that are more identitarians; an enormous transfer of the political discourse to the media and an unassuming volume of frames generated by the public opinion to influence in the media sphere.

KEYWORDS:

Political Communication; Comunicación política; Political speech; Mediatic transfer; Argumentation; Narrative; Framing.

ÍNDICE

1. Introducción.....	2
2. Marco Teórico	4
2.1. Argumentar para imponer razones.....	6
2.2. Relatar para imponer la historia	8
2.3. Enmarcar para imponer el lenguaje	10
3. Diseño Metodológico.....	14
4. Exposición de resultados	17
4.1. Estrategia comunicativa en el acuerdo entre PSOE y Ciudadanos.....	17
a. Negociación.....	17
b. Presentación y reacciones al acuerdo.....	18
4.2. Estrategia comunicativa en el acuerdo entre PP y Ciudadanos.....	21
a. Negociación.....	21
b. Presentación y reacciones al acuerdo.....	22
4.3. Transferencia del discurso político al discurso mediático	25
a. Tertulias tras el acuerdo entre el PSOE y Ciudadanos.....	25
b. Tertulias tras el acuerdo entre el PP y Ciudadanos.....	29
5. Discusión final y conclusiones.....	32
6. Bibliografía	36

1. INTRODUCCIÓN

Los acuerdos parlamentarios para formar un gobierno o para dar estabilidad al mismo constituyen mucho más que decisiones tácticas en el seno de los partidos políticos, se han establecido el centro del actual panorama político en el estado español. El resultado de las Elecciones Generales del 20 de diciembre de 2015, y los de su repetición el 26 de junio de 2016, supusieron, por una parte, el paso de un sistema bipartidista a uno multipartidista y, por otra parte, se abrió una etapa de gobiernos débiles en parlamentos fragmentados donde solo se podía formar gobierno mediante el acuerdo de diferentes formaciones políticas.

En un momento político donde convive un gobierno en funciones con la política ficción — juego de declaraciones de buenas voluntades, intentos de formar un gobierno y futuribles que nunca se llegaron a producir — resulta esencial estudiar las estrategias de control del mensaje durante el proceso de gestación y de presentación de los documentos: *Acuerdo para un gobierno reformista y de progreso*, firmado por el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y Ciudadanos y, meses más tarde, *150 Compromisos para mejorar España*, suscrito por el Partido Popular (PP) y Ciudadanos.

A excepción del Partido Popular que seguía ocupando la Moncloa y disponía de los mecanismos parlamentarios propios del poder ejecutivo, el control del discurso se vuelve la estrategia principal de los partidos políticos ante la ausencia de otras herramientas para influir en la agenda mediática como los mecanismo de control al Gobierno: interpelaciones urgentes, solicitudes de comparecencia y preguntas orales.

Los autores de los que se hace referencia en este trabajo apuntan como claves para entender el discurso político contemporáneo la importancia de una buena argumentación, de generar relato o de utilizar un lenguaje favorable a los planteamientos ideológicos del partido político.

Para un mejor análisis de los resultados, hemos dividido la investigación en dos partes. La primera parte se centra en un análisis de las estrategias comunicativas de los portavoces de los cuatro partidos políticos mayoritarios durante los procesos de nacimiento y presentación de los acuerdos políticos *Acuerdo para un gobierno reformista y de progreso* y *150 Compromisos para mejorar España* mediante sus comparecencias ante los medios. Para ello, se examinará la lectura del momento político que pretenden instalar en la opinión pública mediante los argumentos que utilizan y el relato y los encuadres que generan.

La segunda parte de este trabajo será una investigación empírica de la transferencia del discurso político al discurso mediático, mediante las interpretaciones de los acuerdos políticos que vierten los tertulianos en las tertulias televisivas.

Objetivos

El objetivo general de este trabajo es identificar la estrategia comunicativa de los partidos políticos para imponer su lectura del momento político y evaluar el grado de transferencia en los discursos mediáticos. A partir de este objetivo general, se establecen cuatro objetivos específicos para abordar cómo los portavoces de las formaciones instalaron estas interpretaciones del momento político en los medios de comunicación.

El primer objetivo específico es desgranar los argumentos que usan los portavoces de los partidos en sus comparecencias ante los medios, es decir, extraer de todo su discurso las razones que ofrecen para justificar sus posiciones. En este sentido, se tendrá en cuenta el contenido novedoso que aportan y los valores compartidos a los que se apela para potenciar el sentimiento de grupo con sus simpatizantes. Se prestará especial atención en comprobar si se producen diferencias discursivas entre los partidos firmantes del acuerdo o homogenizaciones del discurso entre las formaciones que reaccionan al acuerdo fruto de la búsqueda de la polarización.

El segundo objetivo específico es reconstruir, a través de los argumentos aportados por los oradores, el relato político de los hechos que los portavoces quieren imponer única lectura válida para explicar el proceso de negociación y de nacimiento de los

acuerdos políticos en cuestión. Para ello, se analizará el desajuste en el panorama político que nos proponen y cómo la formación se ubica como única solución posible al conflicto planteado.

El tercer objetivo específico es encontrar aquellos encuadres que los partidos han estudiado y tratado de instalar como conceptos neutrales para definir situaciones concretas dentro del proceso de negociación, los propios acuerdos, el momento político vivido o, incluso, al resto de formaciones políticas.

El cuarto, y último, objetivo específico de esta investigación es analizar cualitativamente la presencia de los argumentos, relatos y marcos conceptuales en las tertulias televisivas de la mañana para saber si, a través de los tertulianos, consiguen imponerse como representativas visiones del momento político en las tertulias televisivas.

Hipótesis

A través de los argumentos, del relato y de unos encuadres previamente elaborados, los partidos consiguen imponer sus lecturas del momento político en las tertulias televisivas como visiones representativas de la sociedad a través en las tertulias políticas.

2. MARCO TEÓRICO

La construcción del discurso contemporáneo se caracteriza, sin duda, por haberse nutrido de las potentes técnicas de venta del marketing comercial. El marketing, entendido como un mediador entre un el producto y el público, busca condicionar la percepción social de un bien o servicio para venderlo en un mundo cada vez más competitivo (Rey Lennon, 1995).

Si bien hace un par de décadas podíamos pensar que la aplicación de herramientas de marketing para controlar mejor el discurso político eran propias del periodo de

campañas electorales, en la actualidad se desarrollan con total discreción en los parlamentos del estado español. En este fenómeno, bautizado como campaña permanente, se diluyen los tiempos de campaña y los de gobierno o control al mismo y se hace un uso constante de las técnicas del marketing político, adaptando el discurso político a los medios de comunicación (Blumenthal, 1982).

Ningún momento de la actualidad política se salva de ser comunicado mediante estas técnicas. De esta manera, los actos solemnes para comunicar los acuerdos parlamentarios, los discursos presidenciables o la sucesión de ruedas de prensa para ir marcando posicionamientos, influir en la vida pública y condicionar las negociaciones con otras formaciones serán, por tanto, un buen ejemplo de aquello que Chistian Salmon denomina *performace política*.

Salmon define la performances políticas como narraciones para captar atenciones y hechizar mentes en cuatro efectos: el relato político y su puesta en escena, el efecto subliminal del vocabulario utilizado, la gestación estratégica de la agenda mediática y el efecto contagio (2013: 37). En esta misma línea, el responsable de la campaña electoral de Obama en 2008, Jeffrey C. Alexander, propone una serie de herramientas similares para imponer una visión política y ganar las elecciones: hacer uso de la identificación simbólica, de las metáforas, del hilo narrativo y la manera en que se interpretan el flujo de acontecimientos (Alexander, Jaworsky 2012).

De este modo, la transferencia del mensaje político al mediático no es solo la consecuencia de las estrategias comunicativas de los partidos sino que se convierte en su primer objetivo. El hecho que las formaciones adapten, en contenido y forma, sus mensajes, sus tiempos, su estilo parlamentario o su manera de comunicar las políticas a los medios de comunicación muestra su interés por influir en la interpretación mediática que se hará de los hechos políticos.

En este sentido cobra especial interés el concepto de mediatización, que defiende que el lenguaje mediático ha impregnado las anteriores estrategias de persuasión, movilización y captación de adhesiones colectivas (Dader, 1999). La mediatización se produce cuanto los partidos centran sus estrategias en unos códigos o modos de

representación compatibles y reproducibles por parte de los medios de comunicación.

El discurso político cambia, en parte, porque el escenario político se ha ido moviendo y se ha desplazado de lugares de deliberación propios como los mítines, las asambleas y demás actos de partido, hacía nuevos espacios de legitimización como la televisión o internet y la agenda mediática le ha cedido el paso a la agenda mediática. (Salmon, 2013)

En este contexto resulta fundamental abordar las estrategias de control del discurso político mediante las técnicas utilizadas por los partidos políticos para llegar a la opinión pública a través de la esfera mediática. Dado que este trabajo se centrará en diseccionar las claves argumentativas, los relatos y los marcos de lectura que proponen los partidos políticos, resulta fundamental abordar estos conceptos desde la perspectiva de la oratoria, el análisis del relato y el de las teorías del encuadre o *framing*.

2.1. Argumentar para imponer razones

Cualquier definición de «argumentar» vincula esta acción a la intención de persuadir y convencer de una manera explícita. Los argumentos son, según la Real Academia Española, «razonamientos para probar o demostrar una proposición, o para convencer de lo que se afirma o se niega» (*DRAE*: s.v. *argumento*). En última instancia, el valor de la argumentación recae en su capacidad para justificar una posición anteriormente tomada combinando la explicación de la postura con pruebas que el emisor irá introduciendo en el discurso. Argumentar, por tanto, no es solo explicar un punto de vista, sino que implica el esfuerzo para apoyar la posición tomada con razones (Weston, 2011).

En esta misma línea, Arthur Schopenhauer elabora un pequeño tratado de dialéctica en el que, mediante treinta y ocho estratagemas, enseña la manera de tener siempre razón utilizando cualquier método, incluso los más cínicos y groseros. «Constatando que, para la inmensa mayoría de los hombres, de lo que se trata en las controversias y discusiones no es llegar a descubrir la verdad objetiva, sino que

lo que importa para cada uno es imponer su punto de vista personal y derrotar al adversario» (Schopenhauer 2015: 14).

Con toda probabilidad la argumentación y la retórica son las técnicas más antiguas para transmitir y propagar maneras de ver el mundo, Georgias consideraba que la retórica es la maestra de la persuasión y Cicerón que la argumentación es la reina que transforma las almas (Spang, 2009).

Existen múltiples objetivos para que un orador decida comparecer en público y argumentar a parte de querer manipular la percepción de la realidad. Esta manipulación no se debe entender de manera peyorativamente, sino como la técnica por la cual se transmite una interpretación de unos hechos acontecidos de los cuales el orador un tiene conocimiento subjetivo.

La argumentación puede servir para influir sobre los receptores y conducirlos al punto de vista del emisor, pero también para reforzar el sentimiento de pertinencia a un grupo. En este sentido Mariona Casas, Josep M. Castellà y Montserrat Vilà defienden en *Els secrets de parlar en públic: Guia pràctica per a professionals* que «también se argumenta cuando se está de acuerdo, para establecer complicidades, cohesionar al grupo o para generar un estado de opinión en un tema sobre el cual todavía no hay una posición tomada» (2016: 99).

En el caso de la situación que nos concierne es muy fácil entender que al grupo que se pretende cohesionar con los argumentos aportados son a los propios simpatizantes y electores del partido político. El hecho de decidir comparecer ante los medios para argumentar servirá para justificar la posición tomada durante el proceso de negociación, como rendición de cuentas frente a los electores y, sobretodo, para reforzar el sentimiento de pertinencia a un grupo.

Para cumplir estos objetivos, según los mismos autores, el orador debe ofrecer una representación realista de las creencias y valores de sus interlocutores eligiendo como punto de partida los argumentos que el público ya admite como suyos de entrada. De esta manera el emisor irá intercalando sus argumentos con los de los receptores para llegar finalmente a la conclusión que desea. Los postulados que

defienden estos autores sobre la argumentación tienen mucho en común con los elementos que según Antonio Núñez (2007) deben acompañar al relato para hacerlo efectivo: las creencias universales y las imágenes e ideas del subconsciente del receptor.

Casas, Castellà y Vilà en un ejercicio de actualización de los planteamientos de Weston, Spang y Perelman, proponen estudiar la argumentación de un orador mediante la identificación y la descomposición de sus argumentos en tres elementos. Estos son: el enunciado, que determinará el verdadero motivo de la comparecencia y esclarecerá que planteamiento quieren instalar en el debate público, la explicación que dotará de razones y porqués a la afirmación del enunciado y el ejemplo, que comprobará si apoyan sus postulados y razones en ejemplos para facilitar al receptor el entendimiento de aquello planteado (Casas, Castellà, Vilà, 2016).

2.2. Relatar para imponer la historia

Como vemos, para transmitir e imponer una lectura y una posición en un determinado hecho no todas las técnicas son tan explícitas como la argumentación, donde el receptor es consciente que está recibiendo argumentos para ser convencido. Ante la complejidad de narrar y justificar una posición en un proceso político como las negociaciones para la formación de un gobierno no sólo basta con argumentos, sino que hay que dotar de un relato sencillo a la sucesión de hechos que van aconteciendo.

El semiólogo francés Ronald Barthes abordó desde múltiples planos de qué manera la sociedad le otorga significado a los mensajes que recibe. Barthes afirma en *Introducción al análisis estructural de los relatos* que «el relato está presente en todos los tiempos y lugares en formas casi infinitas desde que comienza la historia de la humanidad» (1970: 28).

Además, pese a lo que se pueda deducir de una acción que se remonta al principio de la humanidad, relatar no es una acción inocente y es mucho más que explicar

una serie de acontecimientos de una manera ordenada. El relato es también un instrumento de control que implica una ficcionalización de la realidad, es decir, pegar sobre una supuesta verdad unos relatos artificiales para trazar conductas y orientar el flujo de emociones (Salmon, 2008).

En última instancia, los relatos son solo historias que sirven para facilitar el entendimiento de procesos más complejos. Además, como también se apuntado en la argumentación, los relatos generados por los actores implicados son eficaces para afianzar las identidades grupales y permiten simplificar y ordenar el acontecer político (D'Adamo, García, 2011).

Existe unanimidad en que todos los relatos guardan una gramática y los mismos componentes estructurales. Para el consultor Guitérrez-Rubí, los relatos cuenten con un narrador, unos personajes y una historia estructurada con un principio, un nudo y un desenlace par ilustrar una supuesta verdad o una enseñanza que cualquier persona puede asimilar a través de su propia experiencia. Esto hace que el relato «consiga, de entrada captar mejor nuestra atención y que retengamos de manera clara ideas, imágenes y sensaciones que hacen del relato algo vivo y lleno de matices y significados» (2010: 80-81).

De la misma manera, F. Xavier Ruiz, Óliver Pérez y Pol Capdevila en *El relat polític els missatges audiovisuals a les campanyes electorals d'Iniciativa per Catalunya Verds (1988-2012)* proponen una metodología, a partir del modelo de la semiótica narrativa, para extraer el relato político que se esconde detrás de la comunicación de los partidos.

Partiendo de la premisa que los spots electorales, las ruedas de prensa, las explicaciones a grandes problemáticas sociales esconden un relato y que todos los relatos guardan una gramática y los mismos componentes estructurales, determinan cinco elementos que se pueden encontrar en la mayor parte de relatos: el desajuste, un hecho que cambia el orden de las cosas, el contrato, entendido como quién acepta resolver el conflicto, la competencia, que muestra la legitimidad de quién acepta resolver el problema, la ejecución, la acción para resolver el conflicto y la sanción o recompensa, el beneficio o el castigo tras la resolución al desajuste.

Por tanto, los relatos ejercen un gran poder de imposición de lecturas o visiones por parte del orador, pese a que el receptor no sea consciente de que alguien le está narrando una historia a través de unos argumentos que ha ido seleccionando y que le ubican como única solución posible al conflicto que él mismo plantea.

Tanta fuerza guardan los relatos que Christian Salmon define las campañas electorales como festivales de narración para captar la atención y suscitar la emoción, en estas, más que ideologías se enfrentan personajes. «La experiencia política cede su lugar a la competencia ficcional. La retórica prima sobre los programas políticos, y las cualidades que se exigen a un futuro presidente abandonan el terreno administrativo, jurídico, económico o ético para instalarse en la *performance narrativa*». (2013: 37)

2.3. Enmarcar para imponer el lenguaje

Los tres campos desde los que pretende abordar este análisis (argumentación, relato y *framing*) no cumplen objetivos independientes, sino que actúan como tres frentes para transmitir una única visión del emisor. Como ya se ha apuntado, los valores que envuelven a la argumentación constituyen elementos clave en la creación del relato político, por lo que conviene prestar atención, también, a cómo el relato se apoya en unos conceptos escrupulosamente estudiados y seleccionados, los marcos conceptuales o *frames*.

Lakoff y Johnson en *Metáforas de la vida cotidiana* ya vinculan el poder del relato al uso del lenguaje a través de los *frames*, también el profesor Gutiérrez-Rubí apunta que para la creación de un relato coherente hay que tener siempre presente la existencia de marcos conceptuales predeterminados en función del marco propio, para así evocar y activar en la sociedad aquellos marcos que sean favorables (Gutiérrez-Rubí, 2010). Resultará, por tanto, necesario abordar la imposición del lenguaje desde los estudios de *framing* o estudios de encuadre, que parten de la premisa que cualquier tipo de texto requiere de estructuras narrativas que organicen el discurso.

Estas líneas de investigación, pese a la dispersión teórica, se han incorporado con fuerza en el análisis de la comunicación desde el punto de vista de la producción, el contenido y efectos sociales e individuales de los medios de comunicación. (López-Rabadán, 2010). El concepto *frame* o marco fue acuñado por Gregory Bateson para referirse a instrumentos en la mente humana en el proceso de recepción de los mensajes por los cuales los receptores entienden algunos marcos de interpretación como visiones válidas de la realidad y rechazan otros (Bateson, 1993). Sin embargo, es Erving Goffman quien recupera este concepto de la sociología y la psicología y lo traslada al estudio de los mensajes y los medios de comunicación basándose en la transferencia mediática, la interpretación de realidades por parte de los periodistas y la difusión de las mismas a sus audiencias (Sádaba, 2008).

Las teorías del encuadre o *framing* aplicadas a la comunicación política parten de la premisa que los marcos conceptuales influyen en las percepciones políticas y pueden ser modificadas a través de los discursos políticos (Lakoff, 2004). Es decir, que la percepción que tienen de la esfera política los electores varía en función de los conceptos políticos que han asimilado como propios y que «los límites del lenguaje son los límites del propio mundo» (Wittgenstein, 2009). De este modo, la recepción y difusión del mensaje por parte de la esfera mediática demuestra que las estrategias de *framing* son un proceso dual, por un lado la acción comunicativa de introducir un mensaje y por otro los encuadres mediáticos entendidos, a la vez, como un marco narrativo social y un esquema mental individual (López-Rabadán, 2010).

En este sentido, la figura periodística actúa como traductor de una realidad compleja a nivel individual y colectivo. El hecho de que la sociedad y los medios de comunicación demanden nuevas palabras para definir nuevas realidades o momentos políticos complejos que requieren reducciones para volverlos fácilmente entendibles por parte de la sociedad constituye una oportunidad que ningún actor político que desee influir en la opinión pública debe rechazar. El profesor de Ciencias Cognitivas y de Lingüística en la University of California, George Lakoff, explica que enmarcar consiste en elegir un lenguaje que se corresponda con la

versión del mundo de uno mismo (2007: 9). Un planteamiento que puede recordar a la postura de Barthes cuando afirma que «el lenguaje acompaña continuamente al discurso literario tendiéndole el espejo de su propia estructura» (1970: 13).

Enmarcar significa explicar solo algunas caras de cómo se percibe la realidad en discursos diseñados para la comunicación pública seleccionan algunos aspectos de la realidad y otorgándoles mayor importancia que al resto. De esta manera, la percepción del tema variará en función de aquello que previamente haya quedado ubicado dentro del marco. Los medios actúan, por tanto, no solo como los proveedores de los temas que llegaran a debate, sino también de sus encuadres para interpretarlos, es decir, en la configuración de la agenda mediática escogen en qué temas se debe pensar mientras que limitan cómo se debe hacerlo (Entman, 1993). Ya en la teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión o teoría de la agenda-setting de L. Shaw y M. McCombs (1972) se sostiene que al seleccionar y clasificar los temas según su relevancia para publicarlos se establecen los debates públicos.

Lakoff (2004) va un paso un paso más allá en el uso individual de los marcos entendidos como esquemas mentales individuales y desarrolla que la elección de las palabras de cualquier ser humano viene innatamente condicionada por su modo de ver, y por tanto, todos los individuos están continuamente enmarcando su realidad. Por lo que podemos entender que los medios estarán reproduciendo un fenómeno natural que ocurre en la realidad social. Hecho se intensifica en la transferencia mediática del discurso político, ya que desde la esfera pública se les exige una posición clara, coherente y sin disonancias con sus principios ideológicos.

También trata esta transferencia de los encuadres el politólogo estadounidense Robert Entman (1993), cuando explica que los encuadres no solo están presentes en la mente del periodista, sino como realidades en las piezas informativas que construye. Para el análisis de este fenómeno este investigador propone un diseño metodológico para analizar los encuadres basado en las palabras utilizadas para la definición del problema que se plantea, el diagnóstico de sus causas, los juicios morales que se sugieren y la propuesta de soluciones.

Estas cuatro funciones básicas del encuadre permiten identificar los lenguajes propios para referirse a hechos comunes y la aparición en la agenda pública de conceptos cargados de ideología que evocaran, por un lado, al relato del momento defendido por cada orador y, por otro lado, al relato general del partido al que representa.

En este trabajo se adaptaran estas funciones al caso de estudio, los acuerdos parlamentarios para la formación de un gobierno, y entenderán los encuadres como el uso de un lenguaje propio, por parte de un emisor, para definir hechos comunes de la manera que mas le conviene para influir sobre las percepciones de los hechos y instalar en el receptor su interpretación de la realidad.

De esta manera, entenderemos que esta transferencia se produce mediante el uso de unas palabras clave o marcos conceptuales que buscan activar en la mente del receptor unas determinadas lecturas a través de asociaciones con otras interpretaciones que ya tiene asimiladas o a valores universales.

El análisis de los encuadres es más que necesario para abordar la transferencia de interpretaciones, dado que es la única estrategia donde los receptores incorporan la lectura de los emisores de manera implícita. No son conscientes que a través de las palabras escogidas para definir o valorar algunos hechos políticos se está interiorizando un punto de vista, una interpretación subjetiva de la realidad o se está poniendo el foco en determinados aspectos de un tema y obviando otros.

Además, los encuadres son imprescindibles para comprobar la transferencia del discurso político al discurso mediático, dado que son palabras o expresiones con un alto contenido semántico novedoso y que en la actualidad ya se han introducido en la opinión pública. Estos conceptos y expresiones ya son de uso común en cualquier debate político o mediático pero llegaron con fuerza a la opinión pública durante el proceso de nacimiento, de presentación y de reacciones a los acuerdos políticos para la formación de gobierno. Ejemplo de ello son expresiones con tanto sentido como «investidura fallida» o «fuerzas del cambio».

DISEÑO METODOLÓGICO

Para responder a los objetivos y a la hipótesis anteriores se plantea un diseño metodológico en dos puntos. El primer punto analizará las estrategias comunicativas por las cuales los partidos políticos tratan de imponer una determinada lectura del momento político aplicando la metodología del análisis del discurso.

Se ha optado por esta metodología puesto que es la que pretende analizar los fenómenos sociales entendidos como procesos de producción de sentido mediante el estudio del uso de la lengua en unos contextos determinados. (Calsamiglia, Tusón, 1999). En este sentido, se realizará un análisis cualitativo del discurso de los portavoces de los principales partidos políticos del estado español a través de las ruedas de prensa de negociación, presentación y reacción a los dos acuerdos políticos de la época.

Estas comparecencias ante los medios de comunicación son la mejor manera de analizar las estrategias de control del mensaje puesto que es de ellas de donde podemos obtener el mensaje del partido más elaborado y menos contaminado por mediación periodístico, a diferencia de las noticias, las entrevistas o las declaraciones espontaneas en los pasillos.

Con el fin de demostrar que las estrategias comunicativas se establecen con la suma de mensajes y de aspectos formales, en este trabajo se analizarán mediante tablas el contenido y el continente de dichos discursos, sintetizando los argumentos utilizados y recomponiendo el relato que de ellos emana e identificando el *framing* creado.

Para analizar la estrategia argumentativa se van a extraer las principales razones en las que se apoyan los partidos y que son los motivos por los que comparecen ante la prensa. Para ello, se clasificarán mediante el esqueleto argumentativo que proponen Cases, Castella y Vilà (2016) en la que descomponen los argumentos en tres elementos: enunciado, explicación y ejemplo. En el caso del relato generado por las formaciones políticas se recompondrá siguiendo los componentes estructurales propuestos por Ruiz, Pérez y Capdevila (2015) explicados en el marco

teórico. Se identificarán en un tabla el *desajuste*, el *contrato*, la *competencia*, la *ejecución* y la *sanción o recompensa*.

Por último, para estudiar el uso que hacen los portavoces del encuadre se examinarán los conceptos creados para referirse al acuerdo y su implementación, a las formaciones firmantes del acuerdo, al partido al que buscan atraer hacía él y a la momento político que vendrá después. Para ello se partirá de las cuatro funciones básicas que propone Entman (1993) para identificar cómo se manifiestan en los textos los encuadres de los partidos adaptándolas al caso de estudio de este trabajo, los acuerdos parlamentarios. En este caso las funciones que se identificaran serán: definición del problema, atribución de responsabilidad y búsqueda de apoyo, valoración moral y recomendación de tratamiento.

Para identificar la definición del problema se analizará cómo los diferentes emisores describen al acuerdo. Para ello, se tendrá en cuenta tanto el nombre con el que se refieren al documento presentado, así como a la implementación que le otorgan al mismo. Por ejemplo desde el punto de vista de la durabilidad puede transmitirse el acuerdo como algo duradero refiriéndose a él como un «acuerdo de gobierno» o rebajarlo hasta «pacto de investidura».

Para saber si se cumple la función de atribución de responsabilidad y búsqueda de apoyo se detectaran los conceptos creados para definir a las organizaciones firmantes o a la suma de estas. Además, se prestará especial atención en si existen palabras para aunar al partido que se desea sumar al acuerdo.

La función de valoración moral será analizada mediante dos variables, la ubicación ideológica que otorgan al acuerdo y las valoraciones éticas que hacen del mismo para saber que partido puede asumirlo y si su implementación es positiva o negativa para la sociedad.

Por último para identificar la recomendación de tratamiento, se estudiaran los conceptos utilizados para definir las consecuencias del acuerdo, es decir, la situación que comporta finalmente el acuerdo, ya sea su puesta su puesta en marcha como el fracaso del acuerdo.

El segundo punto de este trabajo estudiará la incorporación de esas visiones a la esfera mediática mediante un análisis cualitativo y cuantitativo de las opiniones aportadas por los tertulianos en las tertulias de televisión. Para ello, se identificarán en una parrilla de análisis los argumentos más reproducidos por los tertulianos y que se toman como válidos. Con estos, se determinará si cada tertuliano genera un relato similar al aportado por alguno de los partidos políticos y si utiliza los marcos conceptuales que estos han creado para definir todo lo relacionado con los acuerdos. En este sentido, se mostrará especial atención al resultado de las estrategias de encuadre llevadas a cabo por los partidos para ver cómo influyen en el pensamiento de los públicos a través de los medios (Entman, 1993).

Respecto a la muestra seleccionada para analizar los momentos de negociación se han tomado como objeto de estudio las ruedas de prensa de Albert Rivera y de Pedro Sánchez del 23 de febrero de 2016, del acuerdo entre PSOE y Ciudadanos, y las de Albert Rivera y Mariano Rajoy del 18 de agosto de 2016, del acuerdo entre PP y Ciudadanos. Se ha optado por estas ruedas de prensa porque son las más representativas de las negociaciones y porque contribuyen al relato de las formaciones.

Para estudiar las estrategias comunicativas de presentación y de reacción a los acuerdos políticos se han analizado las ruedas del primer acuerdo de Albert Rivera, de Pedro Sánchez, Fernando Martínez Maillo y Iñigo Errejón del día 24 de febrero. De la misma manera, para el segundo acuerdo se han tomado, como objeto de estudio, las ruedas de prensa de Albert Rivera y Mariano Rajoy del día 28 de agosto, la rueda de prensa de Pedro Sánchez del 29 de agosto y el vídeo definiendo el acuerdo de Iñigo Errejón del 28 de agosto.

La muestra tomada de tertulias de televisión han sido *Los Desayunos* (Televisión Española), *Al Rojo Vivo* (La Sexta) y *El Programa de Ana Rosa* (Telecinco) de los días 25 de febrero de 2016 y *Al Rojo Vivo* (La Sexta) y *El Programa de Ana Rosa* (Telecinco) del 29 de agosto de 2016, ya que el matinal de la primera no emitía en esas fechas por vacaciones de verano. Todos ellos del día después de la presentación de los acuerdos. Se ha optado por la tertulias de estos programas porque cada una de ellas pertenece a un grupo mediático distinto, Radio Televisión

Española, Atresmedia y Mediaset España, respectivamente, tienen un público objetivo muy determinado y, por tanto, se reducirá el número de duplicidades en el target y son las de más audiencia en su franja horaria.

4. EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

4.1. Estrategia comunicativa en el acuerdo entre PSOE y Ciudadanos

a. Negociaciones entre los firmantes

En la siguientes tablas se extraen la síntesis de los principales argumentos en la ruedas de prensa previas al acuerdo entre PSOE y de Ciudadanos, donde comparecieron ante los medios para explicar y superar los últimos escollos de la negociación y el relato que generaron con dichas ruedas de prensa avanzando que al día siguiente habría acuerdo.

Gráfico 1: Síntesis de los argumentos previos al acuerdo

	Ciudadanos		PSOE	
Enunciado	C's condiciona el acuerdo a cinco propuestas	El acuerdo de gobierno está cerca	El PSOE acepta las propuestas de C's	Al día siguiente habrá acuerdo
Explicación	<ul style="list-style-type: none"> -Son propuestas necesarias para el cambio en la política del país -Son condiciones indispensables para que C's les dé el apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> -Solo hay que superar cinco escollos -Ha costado mucho llegar hasta aquí 	<ul style="list-style-type: none"> -Son las condiciones indispensables para que C's dé su apoyo al PSOE -Hay voluntad de llegar a un acuerdo 	<ul style="list-style-type: none"> -Es un cambio necesario para la política del país -Estamos en momento histórico
Ejemplo	-	-	-	-

Gráfico 2: Composición del relato generado de la negociación

Desajuste	Contrato	Competencia	Ejecución	Sanción / Recompensa
Tras la renuncia de Mariano Rajoy a formar gobierno llegó el turno de Pedro Sánchez pero todavía no tiene los apoyos	Albert Rivera lanza cinco condiciones para que haya acuerdo	Pedro Sánchez quiere diálogo con las fuerzas del cambio y es el único que puede resolver el conflicto ya que es el candidato propuesto por el Rey	Pedro Sánchez acepta las propuestas de Albert Rivera	Pedro Sánchez convoca a la prensa al día siguiente para anunciar, previsiblemente, que hay acuerdo con Ciudadanos

b. Presentación y reacciones al acuerdo



Pedro Sánchez durante la rueda de prensa. 24/02/16

Tras la firma del acuerdo, tanto el líder de Ciudadanos como el del PSOE realizaron una rueda de prensa para explicar porqué el acuerdo alcanzado era bueno para la ciudadanía y lo ubicaban en el eje ideológico izquierda-derecha en el mismo punto donde se ubica su partido.

Por el contrario, en las reacciones a dicho acuerdo, las formaciones cargan contra el documento y contra el proceso de negociación y presentación y ubican el documento lo más lejos posible de ellas en el eje izquierda-derecha. En las siguientes tablas se hace una síntesis de los principales argumentos utilizados por los portavoces de los partidos.

Gráfico 3: Síntesis de los argumentos en la presentación del acuerdo

	Ciudadanos			PSOE		
Enunciado	El acuerdo es bueno para la mayoría	El acuerdo evidencia una nueva etapa política	C's y PSOE no pueden hacerlo sin el PP	El acuerdo es bueno para la mayoría	El acuerdo sí suma	Es un acuerdo histórico
Explicación	<ul style="list-style-type: none"> -Garantiza que los españoles sigan siendo compatriotas -Resuelve los principales problemas de los españoles -Representa a 9 millones de personas 	<ul style="list-style-type: none"> -Han apartado sus intereses partidistas, es un momento histórico -Ha requerido un gran esfuerzo, diálogo, valentía y sinceridad 	<ul style="list-style-type: none"> -Necesitan el apoyo de los que defienden la constitución, la estabilidad y la solvencia del país -No es un problema aritmético es falta de voluntad, valentía y coraje 	<ul style="list-style-type: none"> -Solución al atasco político -Prioriza el interés general y esta hecho con sentido común -No separa a los ciudadanos, sino que sirve para unirlos -Es el primer paso para el cambio político que necesita el país 	<ul style="list-style-type: none"> -No excluye a ningún partido, ya sea de izquierdas o de derechas -Cumple con el mandato de acuerdo de los ciudadanos -Es un acuerdo abierto que tiende la mano a izquierda y derecha 	<ul style="list-style-type: none"> -No impone un programa electoral -Es fruto de la serenidad, la responsabilidad y la generosidad -Han cedido en sus intereses partidistas para que ganen los españoles
Ejemplo	Parlamentos autonómicos	Transición Española	-	«No es un reparto de sillones»	-	«Valores de 136 años de historia del socialismo democrático»

Gráfico 4: Síntesis de los argumentos en las reacciones al acuerdo

PP				Podemos		
Enunciado	El acuerdo es un fraude	Un nuevo escenario político después del fracaso del PSOE y C's	El PSOE sigue sin querer dialogar con el PP	El acuerdo es de derechas y no es bueno para la ciudadanía	El acuerdo es incompatible con Podemos	El acuerdo no suma
Explicación	<p>-Es un engaño manifiesto, un fraude, un acto propaganda política y pequeño sainete</p> <p>-No es un acuerdo de investidura, ni de gobierno ni para reformar la constitución</p> <p>-Los números no dan porque no tendrá el apoyo del PP</p>	<p>-El fracaso en la investidura será compartido por los dos líderes</p> <p>-A partir del día 5 de marzo el PP buscará llegar a un acuerdo con el PSOE y C's</p> <p>-Las urnas le han dado al PP la legitimidad y el derecho a seguir intentándolo</p> <p>-La generosidad que se le pide al PP habrá que pedírsela al PSOE</p>	<p>-El PSOE dice que ya no hay boicots y vetos pero solo vetan al partido que ha ganado las elecciones</p> <p>-Sánchez es el obstáculo para el entendimiento, es el «señor del no»</p> <p>-Si entra en razón habrá vías para el entendimiento</p> <p>-El bloqueo de carácter previo ha impedido el diálogo</p>	<p>-No es ni progresista ni reformista</p> <p>-Esta redactado pensando en el Partido Popular</p> <p>-Ataca a las mayorías sociales que más han sufrido las políticas injustas</p> <p>-La política económica de Garicano es gemela del PP</p> <p>-Conserva las políticas económicas liberales</p> <p>-Es una tercera reforma laboral encubierta</p> <p>«Gusta al Ibex y a la Fundación FAES»</p>	<p>-El PSOE ya ha elegido socios</p> <p>-No podemos ir en una dirección y a la contraria a la vez</p> <p>-Hay que sacar a Rajoy del gobierno pero también sus políticas</p> <p>-No busca atraer a la tercera fuerza política</p> <p>«Negociar frío en una mesa y calor en otra»</p>	<p>-Sánchez va a fracasar</p> <p>-No es un acuerdo de legislatura ni de gobierno, no alcanza ni para que se ponga en marcha la investidura</p> <p>-Hay condiciones numéricas para hacer un gobierno progresista pero no hay voluntad política</p> <p>-Seguirán intentando un gobierno progresista después de la investidura fallida</p> <p>-</p>
Ejemplo						

Como vemos en la siguiente tabla, con estos argumentos los partidos generaron un relato donde se ubicaban como protagonistas de un desajuste que ellos mismo explican. En el caso de los firmantes destaca que generan el mismo relato fruto de



*Íñigo Errejón y el equipo negociador durante la rueda de prensa.
24/02/16*

unos discursos muy estudiados y medidos. El PSOE y Ciudadanos pondrán el foco del relato en el desajuste fruto, la renuncia de Rajoy a intentar formar gobierno, y las formaciones que reaccionan al acuerdo, en la situación tras el fracaso de la investidura.

Gráfico 5: Composición de los relatos generados tras el acuerdo

	Desajuste	Contrato	Competencia	Ejecución	Sanción / Recompensa
Relato partidos firmantes: PSOE - Ciudadanos	Existía un atasco político fruto de la renuncia de Mariano Rajoy a intentar formar gobierno y a los vetos entre partidos	Los electores demandan a los partidos dialogo, acuerdo y valentía	Las dos organizaciones que ocupan la centralidad política pueden negociar con transversalidad	Apartan sus intereses partidistas y concretan un acuerdo bueno para la mayoría	El país vive un momento histórico y Sánchez puede convertirse en el presidente del Gobierno
Relato PP	PSOE sigue sin querer dialogar con el PP y C's decide apoyarle y firmar un acuerdo	Los electores confían en que el PP no sean los costaleros que aúpen a Sánchez	El PP es el partido que ha ganado las elecciones y a quién quieren los españoles en el Gobierno	El PP volverá a tender la mano cuando Sánchez y Rivera fracasen	El país tendrá la oportunidad de un gobierno serio y Rajoy podrá ser presidente
Relato Podemos	Mientras se negociaba un acuerdo bueno para la ciudadanía, PSOE y C's presentan un acuerdo para atraer al PP	Los electores confían en que Podemos no puede aceptar un acuerdo con las políticas Ciudadanos	Las formación morada tiene la legitimidad de influir en la mesa a cuatro, puesto que es el mayoritario después del PSOE	Podemos anuncia que no asistirá a la reunión prevista de la Mesa a cuatro	El país pierde, de momento, la oportunidad de un gobierno progresista y Sánchez la de ser presidente

En este acuerdo existe una gran variedad de encuadres que lanzan los partidos a la opinión pública para imponer su lectura sobre el documento firmado. Como vemos en la siguiente tabla, en este caso destaca que los partidos firmantes lejos de utilizar los mismos encuadres no comparten ni el título del acuerdo.

Gráfico 6: Encuadres utilizados en la presentación y las reacciones al acuerdo

	Encuadre de Ciudadanos	Encuadre del PSOE	Encuadre del PP	Encuadre de Podemos
Definición del problema	El acuerdo es definido como Reformista y de progreso que se materializa en un acuerdo de gobierno	El acuerdo es Progresista y reformista y su implementación es un acuerdo de investidura y legislatura	El acuerdo se define como Brindis al sol, postureo y sainete y solo se materializa en un acto de propaganda político	El acuerdo no es ni progresista ni reformista es un acuerdo cosmético . Su implementación sería una tercera reforma laboral encubierta
Atribución de responsabilidad del acuerdo y búsqueda de apoyo futuro	Los firmantes del acuerdo son los partidos moderados , los que ocupan el centro político y buscan el apoyo de los partidos constitucionalistas	Los protagonistas son el partido de centro-izquierda y el de centro-derecha y quieren sumar a las fuerzas del cambio		Los protagonistas son parte de la gran coalición y buscan completarla con el PP
Valoración moral y ubicación política	Es un acuerdo para resolver los principales problemas de los españoles y sigan siendo compatriotas	Es un acuerdo progresista y es bueno para la mayoría de la sociedad	Es un acuerdo que quiere acabar con todo lo que ha hecho el PP y buscan el apoyo de la izquierda	Es un acuerdo de derechas que ataca a las mayorías sociales
Propuesta de tratamiento	Con el acuerdo se abre una época de Segunda Transición	Tras el acuerdo el estado vuelve al socialismo democrático	Tras el fracaso del acuerdo viene el tiempo de negociación para un gobierno del PP	Tras el fracaso del acuerdo se abre un tiempo de negociación para un Gobierno al servicio de la mayoría, plural y de cambio

4.2. Estrategia comunicativa en el acuerdo entre el PP y Ciudadanos

a. Negociaciones entre los firmantes



Mariano Rajoy durante la rueda de prensa. 18/08/16

Igual que en acuerdo alcanzado entre PSOE y Ciudadanos, el relato de este acuerdo comienza con una rueda de prensa donde el Partido Popular acepta públicamente las condiciones de Ciudadanos. En este caso, los firmantes deciden comparecer ante los medios para anunciar que se inician las negociaciones

tras la aceptación del candidato de las condiciones del futuro socio. En las siguientes tablas se pueden observar la síntesis de los principales argumentos, así como el relato generado.

Gráfico 7: Síntesis de los principales argumentos para iniciar la negociación

Enunciado	Ciudadanos			PP		
	C's ha resultado el bloqueo institucional	Rajoy ha aceptado las condiciones de Rajoy	Es el tiempo de la negociación	Rajoy ha trabajado para formar gobierno y no repetir las elecciones	Mañana se inician las negociaciones	Hablará con Pedro Sánchez para sumar más apoyos
Explicación	<ul style="list-style-type: none"> -El voto a Ciudadanos ha sido útil - Es el momento de la nueva política sin mayorías absolutas y con un parlamento que controla al ejecutivo -No hay otro camino posible 	<ul style="list-style-type: none"> -Se ha comprometido a aceptar el pacto anticorrupción - Se ha comprometido a poner fecha a la investidura 	<ul style="list-style-type: none"> -Esta misma tarde se sientan los equipos negociaciones -Se va a hablar de los problemas de los españoles 	<ul style="list-style-type: none"> -España necesita un gobierno con plenas potestades y no en funciones -Hay decisiones urgentes que tomar -Hay que trabajar para consolidar la recuperación económica 	<ul style="list-style-type: none"> - Para que C's apoye al candidato del PP - Hablará con la presidenta para poner fecha porque esta en condiciones para presentarse a la sesión de investidura -Estamos en momento histórico 	<ul style="list-style-type: none"> -Si hay éxito con Ciudadanos necesitaran al PSOE para que España tenga un Gobierno -De no ser así que Pedro Sanchez plantease la alternativa que considere
Ejemplo	-	-		-	-	

Gráfico 8: Composición del relato generado para iniciar la negociación

Desajuste	Contrato	Competencia	Ejecución	Sanción / Recompensa
Casi un año de bloqueo institucional y repetición de las Elecciones Generales	Albert Rivera propone a Mariano Rajoy que firme un pacto anticorrupción y ponga la fecha de investidura para sentarse negociar	Mariano Rajoy es el candidato propuesto por el rey y es que cuenta con más apoyo por parte de los españoles	Mariano Rajoy acepta las condiciones: mañana firmarán el documento y fijará la fecha de investidura con la presidenta del Congreso	Se abre un momento para la negociación y para resolver los principales problemas de los españoles

b. Presentación y reacciones al acuerdo



Albert Rivera en la rueda de prensa. 29/08/16

En la rueda de prensa previa a la firma del documento, los portavoces de los partidos firmantes ponen en valor el acuerdo argumentando que sirve solucionar el bloqueo institucional y que el PP se presentará a la investidura con un acuerdo que suma

169 escaños. Por su parte, en las reacciones al acuerdo, se destacan las razones para votar no y que, de momento, el acuerdo no suma suficientes votos.

Gráfico 9: Síntesis de los argumentos en la presentación del acuerdo

	Ciudadanos				PP	
Enunciado	Ciudadanos ha desbloqueado este país	Ciudadanos ha entendido el mensaje de cambio y diálogo	Ciudadanos arranca al PP medidas para cambiar el país	El PP irá a la sesión de investidura con 169 escaños	Es muy positivo el acuerdo pero no es suficiente para superar la investidura	El gran objetivo es el crecimiento económico, la competitividad y el empleo
Explicación	<ul style="list-style-type: none"> - Llevábamos un año sin leyes, sin reformas, con los españoles pidiendo soluciones - Lo ha hecho ciudadanos no el PSOE, que no estuvo a la altura de 	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudadanos ha dialogado con los que están a su derecha y a su izquierda - Han negociado con la vieja izquierda y la vieja derecha 	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas que nunca habían sido escuchadas - 150 reformas el bloque de reformas más importante de los 35 años - Son reformas para cambiar este país 	<ul style="list-style-type: none"> - Ya hay dos fuerzas políticas y, con otra que se incorporará en breve, sumaran 170 apoyos - Es razonable que sea el PP quien encabece el nuevo gobierno puesto que ha ganado ambas elecciones y ha sido la única fuerza que 	<ul style="list-style-type: none"> - España necesita un gobierno en plenitud de funciones no que se repitan elecciones por la falta de entendimiento - Necesitamos un gobierno porque hay razones urgentes como los compromisos 	<ul style="list-style-type: none"> - Es lo que encabeza el acuerdo de investidura - Sirve para mantener los grandes pilares del estado de bienestar: Sistema de pensiones, servicios sociales, sanidad y educación pública

	las circunstancias -Sus votantes el motor del cambio y de reformas		- El cambio no llegó al gobierno pero si al parlamento -Se van a dejar de hacer leyes de partido para hacer leyes de país	ha subido en votos y escaños	Europeos o los PGE - la situación de incertidumbre haga daño a la economía. -Faltan 6 escaños para que España recupere la normalidad	-Es lo que se e planteará a la cámara
Ejemplo	Referencia al pacto con el PSOE	«Montesquieu vuelve a la política española»	Selección de medidas que explica			«Se ha creado en dos años 500.000 puestos de trabajo»

Gráfico 10: Síntesis de los argumentos en las reacciones al acuerdo

PSOE				Podemos	
Enunciado	Reunión perfectamente prescindible porque el PSOE apoyará al PP	Sobran razones para votar en contra	-El responsable de que Rajoy pierda la investidura no es del PSOE, es solo suya	El PP no se merece repetir	Si todos los partidos mantienen sus posiciones, al PP no le dan los números
Explicación	<ul style="list-style-type: none"> - No ha ofrecido nada al partido socialista -Ha sido una escenificación para justificar su fracaso - Ha durado solo 30 minutos 	<ul style="list-style-type: none"> -El acuerdo conservador y continuista -No rectifica las leyes impuestas por el PP -No es el acuerdo del PSOE -El PSOE no tiene confianza -Perpetua las políticas que han traído desigualdad, precariedad, pobreza y falta de oportunidades 	<ul style="list-style-type: none"> -Es incapaz de articular la mayoría necesaria para superar la investidura -Acude a la investidura sin los acuerdos necesarios. -Derrota anunciada -Plantea el chantaje de que o se le apoya o elecciones en navidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Recortes desigualdad injusticias e impunidad en la corrupción no se merecen confianza -El acuerdo no combate la corrupción sino que la cambia de nombre 	<ul style="list-style-type: none"> - Es una buena noticia -Podemos no dará apoyo al pacto, se mantendrá firme -Será una investidura fallida y se abre la posibilidad de un gobierno de cambio
Ejemplo		«Reforma laboral», «reforma educativa» y «falta de la reforma constitucional»	Referencia a la elección de la Mesa del Congreso	-	-

En la siguiente tabla se establece una comparativa entre los relatos generados por los portavoces de los partidos. En ella destaca que los dos partidos firmantes han compuesto un relato independiente ubicándose a ellos mismos como protagonistas de los hechos. Por el contrario, el relato de PSOE y de Podemos se centra en el papel de los firmantes para justificar por qué no pueden apoyar el acuerdo.

Gráfico 11: Composición de los relatos generados tras el acuerdo

	Desajuste	Contrato	Competencia	Ejecución	Sanción / Recompensa
Relato PP	Las fuerzas constitucionalistas rechazaron la propuesta del PP y España estuvo ocho meses con un gobierno en funciones	Los españoles quieren tener un gobierno en plenitud de funciones y que no se repitan las Elecciones Generales	El PP fue el partido más votado en las dos elecciones y la única fuerza que subió en votos y en escaños	El PP ha sido responsable y ha llegado a un acuerdo con dos partidos	Si todos los partidos constitucionalistas son responsables, habrá gobierno, sino continuará la anómala situación
Relato Ciudadanos	Un año sin leyes, sin reformas, con los españoles pidiendo soluciones	Los españoles han exigido dialogo cambio y diálogo	Ciudadanos ocupa la centralidad política y puede negociar a izquierda y derecha	Ciudadanos consigue arrancarle al PP 150 medidas que nunca se habían planteado	Rajoy será presidente pero tendrá un gobierno controlado por el parlamento
Relato PSOE	Tras el 26 de junio el PP está en situación de minoría mayoritaria por lo que debe llegar a acuerdos con otras formaciones	Los electores confían en que el PSOE no puede apoyar un acuerdo que no rectifica las políticas del PP	El PP debía traer al Congreso un programa conservador no continuista puesto que es el candidato es la primera fuerza política	El PSOE votará en contra del acuerdo	Rajoy fracasará porque es incapaz de articular una mayoría para gobernar
Relato Podemos	Albert Rivera se ha dispuesto a blanquear la corrupción del PP	Los electores de Podemos no quieren que el PP repita	Todos los partidos deben mantener sus planteamientos	Podemos se votará en contra del acuerdo	Rajoy fracasará y hay una alternativa de cambio para construir un país que merezca la pena

Por último, respecto a los encuadres propuestos por los partidos destaca que mientras que los firmantes aligeran el peso del documento solo como una suma reformas o acuerdo de investidura, PSOE y Podemos lo tratan como un acuerdo mucho más sólido.

Gráfico 12: Encuadres utilizados en la presentación y las reacciones al acuerdo

	Encuadre de Ciudadanos	Encuadre del PP	Encuadre del PSOE	Encuadre de Podemos
Definición del problema	El acuerdo es un Pack ambicioso de reformas que se materializa en un acuerdo de legislatura	El Gran acuerdo nacional que se implementa en un acuerdo de investidura	El acuerdo se define como Conservador y continuista y el documento presentado en un programa de gobierno	El acuerdo es definido como el acuerdo de la indignidad . Su implementación sería el blanqueo de la corrupción del PP
Atribución de responsabilidad del acuerdo y búsqueda de apoyo futuro	Los firmantes del acuerdo son el nuevo centro político y la vieja derecha . Busca el apoyo de los partidos constitucionalistas	El acuerdo es entre dos fuerzas políticas constitucionalistas y lo extienden a los demás partidos constitucionalistas	Los que firman el acuerdo son parte del bloque conservador , por tanto, buscan el apoyo de otras fuerzas conservadoras	Con este documento Ciudadanos se entrega gratis al PP
Valoración moral	Es un acuerdo para que la vieja izquierda se siente a hablar y contempla medidas que nunca habían sido	Es un acuerdo muy positivo para que España tenga un gobierno con plenitud	Es un acuerdo conservador que busca perpetuar las perpetúan las políticas de mayoría	Con el acuerdo repite el PP de la desigualdad, los recortes, la injusticia y la corrupción

	escuchadas	de funciones	absoluta del PP	
Propuesta de tratamiento	Con el acuerdo la política vive un tiempo nuevo, un gobierno controlado por el parlamento	Si sale adelante el acuerdo, España tendrá un gobierno estable, duradero y capaz de llegar a acuerdos	Si no consiguen sumar a otros partidos del bloque conservador el acuerdo fracasará	Tras el fracaso del acuerdo hay una nueva posibilidad de gobierno de cambio para un país donde valga la pena vivir

4.1. Transferencia del discurso político al discurso mediático

a. Tertulias tras el acuerdo entre el PSOE y Ciudadanos 25/02/16

- *Los Desayunos, Televisión Española*

En esta tertulia matinal los argumentos que más peso toman son el hecho de que el acuerdo no sume y que la investidura vaya a fracasar, los elogios a la estrategia de los firmantes al pactar un acuerdo de centro y las críticas a la puesta en escena en el proceso de negociación, de presentación y de reacción al acuerdo.



Imagen de la tertulia de Los Desayunos. 25/02/16

En *Los Desayunos* no se produce ninguna discusión respecto al relato de los hechos sino que podríamos hablar de un único relato generado combinando el relato de los partidos firmantes con el desenlace pronosticado por el PP. Para ello, los tertulianos

sitúan como desajuste la renuncia de Mariano Rajoy a tratar de negociar, y como competencia, la unión de los que ocupan el centro político. En su relato la ejecución es la propuesta de un acuerdo de centro y la sanción o recompensa de todo el proceso pronostican la investidura fallida de Pedro Sánchez.

En cuanto a los encuadres utilizados para la definición del problema los tertulianos hablan de un «acuerdo de centro» cuya implementación sería un «acuerdo de

mínimos» y rebajan el documento a un «pacto de investidura». La atribución de responsabilidades se ve de manera muy clara en esta tertulia puesto que todos coinciden en que es el «centro político» quien firma el acuerdo y buscan el apoyo del Partido Popular. Un tertuliano va un paso más allá e incluso habla de la vuelta a la «llanura de la constitución» y de «parámetros constitucionalistas». Las valoraciones morales que realizan los tertulianos van en dos direcciones. Por un lado, alaban el contenido del acuerdo con palabras como «razonable», «fenomenal», «sensato» o «virtualidad» aunque por otro, cargan contra la puesta en escena, con todo un «pasarelas», «parafernalia», «escenificaciones» o «campaña electoral». Por último, también existe unanimidad en la propuesta de tratamiento, ya que coinciden en lo que supone el acuerdo, un desenlace donde no se llega a implementar el documento enmarcado en expresiones como «Sánchez derrotado en el parlamento», «investidura fallida» o «Elecciones Generales en junio».

- *El programa de Ana Rosa, Telecinco*

Los argumentos que más peso toman en la tertulia son dos, que el acuerdo es de centro y que el acuerdo va a fracasar tras la investidura de Pedro Sánchez porque los números no dan. También se lanzan algunas críticas a la escenificación de los firmantes, aunque compensadas por los elogios por «haberlo intentado».

En la tertulia conviven varios relatos de los hechos. Por un lado encontramos planteamientos propios de los firmantes como ubicar como desajuste la falta de acuerdos y la renuncia de Rajoy o como contrato y competencia, la capacidad de dialogo, de negociación y la valentía. Por otro, toman la ejecución y la sanción o recompensa del discurso de reacción del Partido Popular, ya que hablan de que tras el fracaso vendrá el tiempo de Rajoy o unas nuevas Elecciones Generales.

No se produce ninguna discusión respecto al relato de los hechos, prácticamente existe un único relato generado a través de la conversación de los tertulianos y sus argumentos. Pese a hablar de algunas virtudes del acuerdo, toma como base los relatos del discurso del PP y de Ciudadanos puesto que sitúan como desajuste la renuncia de Mariano Rajoy a tratar de negociar, la competencia es la unión de los que ocupan el centro político, la ejecución. Por tanto, sería la propuesta de un

acuerdo de centro y como sanción o recompensa de todo el proceso pronostican la investidura fallida de Pedro Sánchez.

En el caso de los encuadres, para definir el problema hay tertulianos que optan por plantear el acuerdo como algo abierto sobre lo que se podrá trabajar más adelante con expresiones como «esquema de pacto» o como «acto previo» y otros lo hacen desde su utilidad como un acto «propagandístico», «de una futura campaña» o «que no sirve para nada». Es reseñable que en esta tertulia los tertulianos se utilicen más el concepto «pacto» que «acuerdo» puesto que puede suponer que se entienda como algo más temporal y menos sólido.

Respecto a la función de responsabilidad del encuadre se habla de los firmantes como «los que ocupan el centro político», aunque existen diferencias sobre a quién va dirigido el acuerdo, una tertuliana defiende que busca el apoyo de Podemos, dos que busca el apoyo del PP y los dos restantes no lo esclarecen. Las valoraciones morales que realizan los tertulianos van en múltiples direcciones. Por un lado, todos ubican el pacto como una mezcla de políticas de izquierdas y de derechas mientras utilizan todo un lenguaje para enumerar las virtudes de los firmantes y del contenido del acuerdo: «valientes», «sensato», «cabal», «búsqueda de puntos comunes» o «valor de negociar». Pero, por otro, critican las formas con expresiones como «obra de teatro» o «teatralización».

También existen diferentes propuestas de tratamiento, aunque todos coinciden en que son después de la investidura fallida. Destacan aquellos que hablan de «el tiempo de Rajoy», los que hablan de un hipotético acuerdo entre PSOE y Ciudadanos y la continua referencia a la repetición de elecciones.

- *Al Rojo Vivo, La Sexta*

Resulta complicado abordar análisis de la transferencia del discurso político al mediático en el caso de *Al Rojo Vivo* puesto que en el programa del día después de la presentación del acuerdo solo dedican 8 minutos a tratar el acuerdo de un programa de 2 horas y 9 minutos, sin cortes publicitarios, lo que supone un 10% del debate total.

Pese a esto, se pueden identificar tres hilos argumentales sobre los que versa esta tertulia. Los que cuestionan que el Partido Socialista esté diciendo la verdad, los que explican la estrategia real de los firmantes político y los que nutren el debate de si el acuerdo es o no progresista.



Imagen de la tertulia de Al Rojo Vivo. 25/02/16

En la tertulia no se produce ningún relato de los hechos acontecidos, aunque por los argumentos lanzados, se identifican que existen dos bloques: uno, más tímido, que toma como referencia el discurso de los firmantes y otro que toma como base de su

discurso los argumentos de Podemos por la diferencias entre las propuestas que defiende Sánchez en la presentación del acuerdo y las que aparecen en él y por ubicar el acuerdo en el eje ideológico de la centro-derecha.

No se ve la función del encuadre de definición del problema, aunque los tertulianos utilizan el concepto «pacto» y «acuerdo» indistintamente. Lo mismo ocurre con la identificación de responsabilidades, que no se identifican marcos conceptuales para definir a la unión de PSOE y de Ciudadanos, aunque sí en la búsqueda de apoyo toma especial relevancia un debate generado en torno a una expresión que usa Podemos en su rueda de prensa: «el acuerdo gusta al Ibex». La función del encuadre más presente en esta tertulia es, sin duda, las valoraciones morales que hacen los tertulianos del acuerdo. Analizan repetidamente el discurso de Pedro Sánchez y el del acuerdo desde el punto de vista de la sinceridad con expresiones como «no es verdad», «miente», «por mucho que diga Pedro Sánchez», «no veo el progreso», «no es progresista». También en esta tertulia se produce una diferenciación de contenido y forma y se analizan el acuerdo en como una estrategia de los firmantes para «tener legitimidad», «ganar la iniciativa» o «aislar a Rajoy».

Respecto a la propuesta de tratamiento, aunque se da por hecho que la investidura de Sánchez va a fracasar, solo se hace una referencia a las consecuencias del acuerdo «Sánchez puede romper con todo y llamar a Podemos».

b. Tertulias tras el acuerdo entre el PSOE y Ciudadanos 25/02/16

- *El programa de Ana Rosa, Telecinco*

En esta tertulia se vislumbran tres principales hilos argumentales. El primero hilo argumental son todos aquellos encaminados a definir el momento político y la necesidad de negociación, donde destacan los agradecimientos explícitos a los firmantes y, sobretudo a Ciudadanos. El segundo, las valoraciones por parte de la mayoría de los tertulianos donde prácticamente toman como políticas futuras de necesaria implementación cada uno de los puntos del acuerdo. Y, por último, todos aquellos argumentos que ponen el foco en la responsabilidad del Partido Socialista de dejar gobernar.



Imagen de la tertulia de El programa de Ana Rosa. 29/08/16

En la tertulia de *El Programa de Ana Rosa* se genera prácticamente un único relato, que coincide con el de los firmantes y, más concretamente, por el generado por Ciudadanos. Primero que nada ubica como desajuste el que el país lleve un año sin

gobierno y como contrato las exigencias a las formaciones votantes de diálogo y de negociación, por parte de los votantes. En la tertulia, la competencia recae en la capacidad de negociación que han demostrado algunas formaciones y la ejecución en lo que han sido capaces de arrancarle al candidato. El escenario que dibujan como sanción es un gobierno del Mariano Rajoy débil y con Ciudadanos y PSOE

controlando al ejecutivo desde fuera. Si lo comparamos con el relato de Ciudadanos veremos que es prácticamente idéntico.

En cuanto a las funciones del encuadre, para definir el problema se plantea el acuerdo desde el ámbito de la negociación para conseguir propuestas propias, el acuerdo se mide en términos de «arrancar medidas» de «cesiones a regañadientes» o de «conseguir cosas». Además de «acuerdo» y «pacto» los tertulianos utilizan marcos conceptuales que todavía rebajan más la peso del documento en la negociación como «cambios», «medidas» o «propuestas». En la tertulia la función de responsabilidad del acuerdo se la dan a quien «ha salido reforzado de las elecciones» y a quien «hace valer sus escaños». Expresiones que aparecen en la tertulia y que son literales, también, de las rudas de prensa de los partidos firmantes. Respecto a la búsqueda de apoyo, hablan del PSOE «marginado en el no» que «deberá ceder» y se recalcan las «100 medidas comunes» entre los dos acuerdos suscritos por Ciudadanos.

La función de valoración moral es la que más presente está en todo el debate, en el eje político, no se plantea directamente como acuerdo conservador sino que recalcan las propuestas en múltiples direcciones con expresiones como «medidas socialdemócratas», «medidas de izquierdas», «hay diferencias con el otro acuerdo» o «no es el programa del PP». Además, mide en términos de «intentar desbloquear», «mérito», de «intentarlo», de «conseguir cosas» y de «saber negociar».

La propuesta de tratamiento que se hace desde la tertulia es muy evidente, si el partido socialista no cede y negocia su abstención en la investidura de Mariano Rajoy, se repetirán por segunda vez las Elecciones Generales.

- *Al Rojo Vivo, La Sexta*

En esta tertulia se generan tres debates principales donde podemos encontrar la transferencia de argumentativas de las formaciones. El debate que más se produce versa sobre si el PSOE debe o no abstenerse. En este sentido encontramos argumentos de todo tipo sobre quien tiene la responsabilidad de la falta de acuerdo,

sobre si el PSOE puede o no negociar o aceptar el documento, condicionando la abstención a la repetición de elecciones. En segundo lugar, prácticamente todos los tertulianos, en algún momento, argumentan que el PSOE no ha querido negociar con el PP y critican la corta reunión que se produce entre ambos líderes coincidiendo en tiempo con el programa. Por último, también se argumenta sobre el contenido del documento firmado.

Pese a la variedad ideológica que alberga la tertulia *En Al Rojo Vivo*, existe un relato muy cercano al generado por el PP que prevalece sobre los demás y al que continuamente se recurre durante la tertulia. Se establece como desajuste la posible repetición de las elecciones por falta de acuerdo entre los partidos. El contrato tendrá que ver con el deber de los políticos de formar gobierno y la competencia con que el PP es el partido más votado. En el caso de la ejecución, establecen el rechazo del Partido Socialista al acuerdo y como sanción o recompensa, la investidura fallida de Mariano Rajoy y tres posibilidades abiertas de desenlace: la repetición de elecciones, el cambio de postura del PSOE o la búsqueda de un acuerdo de izquierdas.



Imagen de la tertulia de Al Rojo Vivo. 29/08/16

En la transferencia de los encuadres también se detecta la polarización ideológica de los tertulianos, puesto que el bloque cercano al discurso de los firmantes se centrará en la postura del PSOE y solo en el bloque cercano al discurso de las reacciones se vislumbrarán las

funciones del encuadre. El acuerdo se define, en la tertulia, como un «pacto de investidura» y no generan marcos conceptuales específicos para la atribución de responsabilidades ni para la búsqueda de apoyo, aunque dejan muy claro que el acuerdo va encaminado a propiciar una abstención del PSOE y que éste no quiere

negociar. Hasta en ocho ocasiones repite uno de los tertulianos esta premisa reforzada en encuadres como «señor del no» o «el no de Sánchez».

La función de valoración moral del encuadre se manifiesta solo en los tertulianos que defienden los planteamientos de los partidos que no firmaron el acuerdo y la presentadora y lo valoran desde el punto de vista de las ausencias con conceptos como «lo que oculta», «letra pequeña», «no especifica nada», «acuerdo de políticas del PP» o «puntos etéreos».

Por último, todos los tertulianos, coinciden en la «investidura fallida» o «la derrota de Rajoy», aunque tras ese momento cada uno de ellos contempla un escenario diferente, siendo los escenarios «gobierno de izquierdas» y «elecciones anticipadas», los que más se repiten.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El análisis de las estrategias comunicativas de los partidos políticos para imponer sus modos de lectura cuenta con numerosas investigaciones desde hace más de dos décadas. En este trabajo se ha pretendido identificar estas estrategias y su transferencia mediática a través de la identificación de las estrategias de argumentación, del relato y del encuadre.

En relación a las hipótesis planteadas, y después de analizar de la estrategia comunicativa de los partidos políticos y de las tertulias de televisión del día siguiente a los acuerdos, podemos constatar que, en este caso, las formaciones consiguieron transferir sus argumentos, sus relatos y sus encuadres al discurso mediático a través de las tertulias televisivas. Aunque en todas las tertulias se produzca la transferencia del discurso político mediante las tres estrategias, son a través del relato generado y de los encuadres donde más se produce el paso del discurso político al mediático. Esto ocurre porque los argumentos son parte del contenido del mensaje, están muy ligados a la actualidad inmediata y, por tanto, caducan mucho antes que los relatos o los encuadres.

Si comparamos el grado transferencia de ambos acuerdos, veremos que mientras que en el *Acuerdo para un gobierno reformista y de progreso* la transferencia del discurso de los firmantes se trasladó ligada a las reacciones del Partido Popular y se constata a través de las tres estrategias (argumentación, relato y encuadre), en el acuerdo *100 compromisos para mejorar España* la transferencia del discurso de los firmantes se produjo sin combinarse con la de las reacciones y en un grado de influencia mucho mayor. Esta investigación ha servido, por tanto, para determinar que la transferencia mediática del discurso político en las tertulias de televisión no viene determinada por la línea editorial del medio, sino por cómo los políticos pueden influir en las interpretaciones de la realidad de los tertulianos.

Diseccionar el discurso político a través del uso de la argumentación, del relato y de los encuadres utilizados resulta útil para identificar cuales de estas tres estrategias son compartidas entre formaciones firmantes y cuales no pese a que requieran interpretaciones comunes. Tras el análisis, se observa que algunos argumentos son compartidos por varias formaciones, ya sean las firmantes o las que reaccionan al acuerdo. Además, en el caso del acuerdo entre PSOE y Ciudadanos, las formaciones firmantes comparten el mismo relato mientras generaban encuadres totalmente diferentes. Excepto en el caso del encuadre «fuerzas constitucionalistas» que sí es compartido por dos formaciones, ningún marco conceptual para definir algo tan concreto es utilizado por diferentes portavoces de los partidos. De esta manera, se deduce que el grado de identidad en las estrategias de encuadre es muy elevado mientras que los argumentos no presentan prácticamente carga identitaria.

Mientras que las formaciones firmantes de ambos documentos se esforzaban en argumentar que era un documento integrador, la reacción de las otras formaciones se basó en intentar ubicarlo lo más lejos posible de ellos en el eje izquierda-derecha. Esto se entiende porque el objetivo de la comunicación de las formaciones firmantes era capitalizar el acuerdo mientras que el de las no firmantes era el de distanciarlo al máximo de ellas en el eje izquierda-derecha para minimizar el impacto en sus electores-vecinos al no apoyarlo.

Como hemos visto, es posible identificar el relato en todas las comparecencias de los portavoces, ya que explican la sucesión de hechos que más les benefician,

colocándose, generalmente, como la única solución al problema que ellos mismos explican. En este sentido, se constata las premisas de que todos los relatos guardan los mismos componentes estructurales (Guitérrez-Rubí, 2010) y que se pueden identificar mediante los componentes estructurales: desajuste, el contrato, la competencia, la ejecución y la sanción o recompensa (Ruiz, Pérez, Capdevila, 2015).

Respecto a los encuadres, en ambos acuerdos, el volumen de encuadres que los partidos quieren instalar en la opinión pública son inasumibles por parte de los medios, ya que en un proceso tan complejo como éste, los portavoces tratan de enmarcar todos lo rodean al acuerdo, lo que supone una gran variedad de conceptos novedosos y contradictorios entre sí. También es reseñable que gran parte de los encuadres que en el primer acuerdo son nuevos, actúan como procesos ya conocidos o incluso valores comunes en el segundo. Por ejemplo, los marcos «elecciones anticipadas» o «investidura fallida» están perfectamente interiorizados tanto por los portavoces como por los tertulianos.

Todas las funciones de los encuadres que hemos adaptado de Entman (1993) están presentes en las tertulias analizadas, pero la que más conceptos genera es la función de valoración moral, ya que todos los tertulianos valoran si el acuerdo es positivo o negativo o lo intentan ubicar en el eje ideológico izquierda-derecha.

Resulta fácil establecer la transferencia mediática en los magazines de infoentretenimiento puesto que el presentador ejerce, en algunas ocasiones, como un tertuliano más. Además, es en las preguntas a los invitados donde más se vislumbran los encuadres que tiene interiorizados y que se transmiten como descripciones de la realidad. También las tertulias que albergan opinadores con ideológicas muy contrapuestas favorecen la transferencia mediática del discurso político, ya que se produce polarización y los tertulianos adquieren el las claves discursivas del partido al que parecen representar.

Las estrategias de argumentación, relato y encuadre actúan de manera independiente en la transferencia del discurso político al mediático, pero están interconectadas. Se observa que en una tertulia pueden priorizarse los argumentos

de una formación y, a la vez, que otra haya conseguido imponer su relato o sus encuadres o combinaciones de interpretaciones de diferentes partidos.

La elección del momento de presentación del acuerdo es una de las claves a tener en cuenta en la presentación del acuerdo. El hecho de presentar el acuerdo entre el PP y Ciudadanos un domingo 28 de enero provocó que la reacción del líder del PSOE tardara un día en llegar, la de Podemos fuera solo por redes sociales y que algunos programas, como la tertulia de *Los Desayunos*, estuviese de vacaciones.

También es reseñable que en ambos acuerdos se hace uso de la estrategia triangulación (MORRIS, 1997) que consiste en que es el líder del partido quien comparece ante los medios para presentar el acuerdo, mientras que son los portavoces parlamentarios los que reaccionan al mismo. De esta manera les protegen de las críticas de los oponentes, la acción no contribuye al desgaste del líder y restan importancia al acuerdo.

Más allá de las conclusiones aportadas por esta investigación, la transferencia del discurso político al discurso mediático es un proceso complejo pero muy útil para identificar cómo a través de determinadas estrategias la esfera política es capaz de imponer la visión que más les conviene en un momento determinado.

Además, desde este trabajo se abre una vía de análisis para futuras investigaciones sobre los acuerdos parlamentarios en el panorama político español. El cambio estructural en la esfera política que supone el sistema multipartidista y sus consecuentes gobiernos débiles en parlamentos fragmentados potencian la proliferación de acuerdos parlamentarios. Y, como se explicado a lo largo de este trabajo, estos constituyen una gran oportunidad para el análisis de las estrategias comunicativas de los discursos políticos para influir en las interpretaciones de la opinión pública.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ALEXANDER J., JAWORSKY B. (2012). *The Performance of Politics: Obama's Victory and the Democratic Struggle for Power*. Oxford: Oxford University Press.
- BARTHES, R. (1970). *Introducción al análisis estructural de los relatos*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- BATESON, G. (1993). *Una unidad sagrada. Pasos ulteriores hacia una ecología de la mente*. Barcelona: Gedisa.
- BLUMENTHAL, S. (1982). *The permanent campaign*. New York: Simon and Schuster
- CALSAMIGLIA, H; TUSÓN, A. (1999). *Las cosas del decir*. Barcelona: Ariel.
- CAPDEVILA, A. (2004). *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Barcelona: Aldea Global.
- CASAS M., CASTELLA J. M., VILÀ, M. (2016). *El secret de parlar en públic. Guia pràctica per a professionals*. Barcelona: Eumo.
- D'ADAMO, O., GARCÍA V. (20011). *Propaganda gubernamental: una Propuesta de clasificación de sus etapas*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- DADER, J. (1999). *Retórica mediática frente a cultura política autóctona: La encrucijada de la comunicación política electoral española entre la 'americanización' y el pluralismo democrático tradicional*, en *Cuadernos de Información y Comunicación*. 4.
- ENTMAN, R. (1993). *Framing: toward clarification of a fractured paradigm*. En *Journal of Communication*, 43.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2010). *Filopolítica. Filosofía para la política*. Barcelona: Autoeditado.
- LAKOFF, G. (2004). *Don't Think of an Elephant! Know your values and frame the debat*. Chealsea: Chealsea Green Publishing.
- MASTERMAN, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- MCCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly*. Oxford: Oxford University Press.
- MORRIS, D. (1997). *Behind the Oval Office: Winning the Presidency in the Nineties*. New York: Random House.
- NUÑEZ, A. (2007). *¡Será Mejor que me lo cuentes! Los relatos como herramienta de comunicación. Storytelling*. Barcelona: Empresa Activa.
- REY LENNON, F. (1995). *Communication & Society* 8(2). Pamplona: Universidad de Navarra.
- RUIZ, F. X.; PÉREZ, O.; CAPDEVILA, P. (2015). *El relat polític: Els missatges audiovisuals a les campanyes electorals. Iniciativa per Catalunya Verds 1988-2012*. València: Universitat de València.
- SÁDABA, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- SALMON, C. (2008). *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Atalaya
- SALMON, C. (2013). *La ceremonia caníbal. Sobre la performance política*. Barcelona: Atalaya
- SCHOPENHAUER, A (2015). *El arte de tener siempre razón: la dialéctica erística*. Palma: Centellas.

- SPANG, K. (2009). *Persuasión: fundamentos de retórica*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- WESTON, A. (2011). *Las claves de la argumentación*. Barcelona: Planeta.
- WITTGENSTEIN, L. (2009). *Tractatus logico-philosophicus*. Barcelona: Alianza.